

**PENGARUH PERILAKU SISWA DALAM MEMBANGUN
MINAT SISWA BERKULIAH DI STIE MALANGKUÇEÇWARA
(ABM) DENGAN KINERJA MARKETING MIX SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Murid SMA/SMK di Kota Malang)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh :

Sindy Devi Ratnasari

Nomor Pokok : K.2016.1.33763

Program Studi : Manajemen Pemasaran

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUÇEÇWARA
MALANG
2020**

**PENGARUH PERILAKU SISWA DALAM MEMBANGUN
MINAT SISWA BERKULIAH DI STIE MALANGKUÇEÇWARA
(ABM) DENGAN KINERJA MARKETING MIX SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Murid SMA/SMK di Kota Malang)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi



Oleh :

Sindy Devi Ratnasari

K.2016.1.33763

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MALANGKUÇEÇWARA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
MALANG
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH PERILAKU SISWA DALAM MEMBANGUN MINAT SISWA BERKULIAH DI STIE
MALANGKUÇEÇWARA (ABM) DENGAN KINERJA MARKETING MIX SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING

Oleh :

SINDY DEVI RATNASARI

K.2016.1.33763

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

02 September 2020 dan dinyatakan LULUS



Menyetujui,

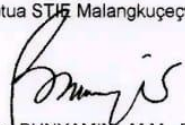
Dosen Pembimbing

ttd

Drs. EKO SUDJAWOTO , MM

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçeçwara


Drs. BUNYAMIN , M.M., Ph.D

NIK 202.710.182

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 17 Agustus 2020



NPK: K.2016.1.33763

SURAT KETERANGAN RISET

Perkumpulan Pengelola Pendidikan Malangkeçwara (P3.M)

 **STIE MALANGKUÇEWARA**
d/h. ABM School of Economics

  Terakreditasi "A" AKUNTANSI 3233/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2018
Terakreditasi "A" MANAJEMEN 2812/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2018

Nomor : 0146.2/BAAK-RESEARCH/II/2020
Perihal : Riset Untuk Skripsi

05 Pebruari 2020

Yth. : PIMPINAN
STIE MALANGKUÇEWARA MALANG
JLN. TERUSAN CANDI KALASAN
MALANG

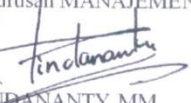
Dengan Hormat,
Bersama surat ini kami hadapkan seorang mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

Nama : SINDY DEVI RATNASARI
Nomor Pokok : K.2016.1.33763
Program Studi : MANAJEMEN
Alamat : JL. SUDIMORO NO. 8 MALANG

bermaksud untuk mencari data-data guna keperluan penulisan skripsi dengan tema :
PENGARUH PERILAKU SISWA DALAM MEMBANGUN MINAT SISWA BERKULIAH DI STIE
MALANGKUÇEWARA (ABM) DENGAN KINERJA MARKETING MIX SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kesediaan Bapak / Ibu untuk memberikan izin riset dan
bantuan seperlunya. Perlu kami jelaskan bahwa data yang diperoleh hanya digunakan untuk kepentingan
ilmiah (pendidikan) dan tidak akan digunakan untuk hal-hal yang dapat merugikan perusahaan /
instansi.

Demikian atas bantuan dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

 05 Pebruari 2020
Kursus MANAJEMEN,

Dra. LINDANANTY, MM.
NIK 202.710.194,

Jalan Terusan Candi Kalasan
Malang - Indonesia (65142) Telp. 62 341 491813 (Hunting)
Fax 62 341 495619 <http://www.stie-mce.ac.id>
e-mail: info@stie-mce.ac.id

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan tepat waktu.
2. Drs. Bunyamin, M.M., Ph.D selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçeçwara Malang.
3. Dra. Lindananty, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Malangkuçeçwara Malang.
4. Drs. Eko Sudjawato, MM selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dalam proses pengerjaan skripsi ini.
5. Seluruh dosen pengajar di STIE Malangkuçeçwara Malang yang telah memberikan pengarahan, pembelajaran, dan membagikan ilmu yang dimiliki selama perkuliahan.
6. Seluruh staff pendukung manajemen kampus di STIE Malangkuçeçwara Malang yang telah membantu kelancaran administrasi selama di STIE-Malangkucecwara.
7. Mama yang selalu mendukung dan memberikan motivasi serta mendoakan yang terbaik bahkan banyak berkorban untuk penulis dalam menyelesaikan studi ini.
8. Untuk semua sahabat baik penulis di kampus yaitu Shinta, Nanda, Eli, Dinda, Bunda Mus, Kak Dhea, Te Yenn, Baka Aniki, Mas Kecil, Kak Four dan juga Aldi Senpai yang selalu ada untuk membantu dan selalu memberikan support yang terbaik bahkan disaat penulis sedang merasa down.
9. Untuk sahabat dan saudaraku Nayya yang sangat cantik dan sangat baik hati yang sudah sangat setia selama hampir 9 tahun menjadi orang yang selalu siap datang dari jauh untuk menemani penulis.
10. Untuk semua teman-teman seperjuangan di Kelas C yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya namun kenangannya akan selalu tersimpan di hati penulis.

11. Untuk semua teman teman penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang sudah membantu memberikan masukan, membantu penulis mendapatkan responden, dan juga selalu memberikan dukungan agar penulis selalu bersemangat dalam menyelesaikan penelitian ini.

Malang, 17 Agustus 2020

Penulis,

Sindy Devi Ratnasari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menilai seberapa besar minat siswa saat ini untuk bergabung dengan STIE Malangkuçeçwara (ABM) dengan melihat bagaimanakah perilaku siswa terhadap ABM serta mengevaluasi bagaimanakah penilaian siswa terhadap kinerja bauran pemasaran di STIE Malangkuçeçwara (ABM). Penelitian ini dilakukan terhadap siswa SMA/SMK di Kota Malang dengan mengambil sebanyak 120 sample didalamnya. Penelitian ini menggunakan 5 variabel, yaitu Perilaku Internal Siswa, Perilaku Eksternal Siswa, dan Perilaku Situasional Siswa sebagai variabel independen. Lalu terdapat minat siswa sebagai variabel dependen dan Bauran Pemasaran sebagai mediasi atau variabel intervening.

Hasil pengujian *path coefficient* penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku internal siswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat siswa dan bauran pemasaran. Perilaku eksternal siswa berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap minat siswa namun memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap bauran pemasaran. Sementara itu, perilaku situasional memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap minat siswa serta kinerja bauran pemasaran. Selain itu ternyata kinerja bauran pemasaran STIE Malangkuçeçwara (ABM) dapat mempengaruhi. Hasil pengujian Specific Indirect Effects menunjukkan bahwa bauran pemasaran dapat memediasi hubungan Perilaku Internal dan Perilaku Eksternal Siswa terhadap minat siswa, sementara hubungan antara Perilaku Situasional dengan Minat siswa tidak dapat dimediasi oleh bauran pemasaran.

Kata Kunci : Persepsi Konsumen, Bauran Pemasaran, Minat Konsumen

ABSTRACT

This research aims to assess how much current students are interested in joining STIE Malangkuçewara (ABM) by looking at how students behave towards ABM and evaluating how students assess the performance of the marketing mix at STIE Malangkuçewara (ABM). This research was conducted on SMA / SMK students in Malang City by taking as many as 120 samples in it. This study uses 5 variables, namely Student Internal Behavior, Student External Behavior, and Student Situational Behavior as independent variables. Then there is student interest as the dependent variable and Marketing Mix as a mediation or intervening variable.

The results of the path coefficient test of this study indicate that students' internal behavior has a positive and significant effect on student interest and marketing mix. Student external behavior has a negative and insignificant effect on student interest but has a positive and significant effect on the marketing mix. Meanwhile, situational behavior has a positive but insignificant effect on student interest and the performance of the marketing mix. In addition, it turns out that the performance of the STIE Malangkuçewara (ABM) marketing mix can affect. The results of the Specific Indirect Effects test shows that the marketing mix can mediate the relationship between Internal Behavior and Student External Behavior towards student interests, while the relationship between Situational Behavior and Student Interests cannot be mediated by the marketing mix.

Key Words : Consumer Perception, Marketing Mix, Consumer Interests

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Orisinalitas.....	iii
Surat Keterangan Riset	iv
Riwayat Hidup.....	v
Ucapan Terima Kasih	vi
Abstrak (Bahasa Indonesia).....	viii
Abstract (Bahasa Inggris).....	ix
Kata Pengantar.....	x
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teori.....	7
2.1.1. Perilaku Konsumen	7
2.1.2. Minat Beli Konsumen.....	15
2.1.3. Bauran Pemasaran	17

2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu	22
2.3. Model Konseptual Penelitian	24
2.4. Pengembangan Hipotesis	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	26
3.2. Objek dan Sumber Data Penelitian	26
3.3. Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran	28
3.4. Populasi dan Sampel	28
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	31
3.6. Metode Analisis Data	32
3.6.1. Outer Model	30
3.6.2. Inner Model.....	34
3.6.3. Pengujian Hipotesis	36

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.2. Diskripsi Variabel Penelitian	41
4.2.1. Perilaku Internal Siswa	41
4.2.2. Perilaku Eksternal Siswa	44
4.2.3. Perilaku Situasional Siswa	45
4.2.4. Bauran Pemasaran	46
4.2.5. Minat Siswa.....	51
4.3. Analisis Data.....	54
4.3.1. Pengujian Model Struktural (Outer Model)	54
4.3.1.1. Convergent Validity.....	54
4.3.1.2. Discriminant Validity	60
4.3.1.3. Composite Reliability	63
4.3.1.4. Cronbach Alpha.....	63
4.3.2. Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	64
4.3.2.1. Uji Path Coefficient	64

4.3.2.2. Uji Goodness of Fit.....	67
4.4. Pengujian Hipotesis	69
4.4.1. Pengujian Hipotesis 1	69
4.4.2. Pengujian Hipotesis 2	69
4.4.3. Pengujian Hipotesis 3	70
4.4.4. Pengujian Hipotesis 4	70
4.4.5. Pengujian Hipotesis 5	70
4.4.6. Pengujian Hipotesis 6	71
4.4.7. Pengujian Hipotesis 7	71
4.4.8. Pengujian Hipotesis 8	72
4.4.9. Pengujian Hipotesis 9	72
4.4.10. Pengujian Hipotesis 10	72
4.5. Pembahasan.....	72
4.5.1. Pengaruh Persepsi Internal Terhadap Minat	72
4.5.2. Pengaruh Persepsi Internal Terhadap Bauran Pemasaran.....	73
4.5.3. Pengaruh Persepsi Eksternal Terhadap Minat.....	73
4.5.4. Pengaruh Persepsi Eksternal Terhadap Bauran Pemasaran	74
4.5.5. Pengaruh Persepsi Situasional Terhadap Minat	75
4.5.6. Pengaruh Persepsi Situasional Terhadap Bauran Pemasaran	76
4.5.7. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat	77
4.5.8. Pengaruh Persepsi Internal Terhadap Minat melalui Bauran Pemasaran sebagai mediasi	78
4.5.9. Pengaruh Persepsi Eksternal Terhadap Minat melalui Bauran Pemasaran sebagai mediasi	79
4.5.10. Pengaruh Persepsi Situasional Terhadap Minat melalui Bauran Pemasaran sebagai mediasi	80

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	82
5.2. Kontribusi Penelitian	83
5.3. Keterbatasan Penelitian	84
5.3. Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA	87
Scan Penetapan Dosen Pembimbing BAB I-III	90
Scan Kartu Bimbingan BAB I-III.....	91
Scan Penetapan Dosen Pembimbing BAB IV-V.....	92
Scan Kartu Bimbingan BAB IV-V	93
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1.	23
Tabel 3.1.	30
Tabel 3.2.	32
Tabel 4.1.	38
Tabel 4.2.	38
Tabel 4.3.	39
Tabel 4.4.	40
Tabel 4.5.	41
Tabel 4.6.	44
Tabel 4.7.	46
Tabel 4.8.	47
Tabel 4.9.	51
Tabel 4.10.	56
Tabel 4.11.	59
Tabel 4.12.	60
Tabel 4.13.	61
Tabel 4.14.	63
Tabel 4.15.	64
Tabel 4.16.	65
Tabel 4.17.	66
Tabel 4.18.	67
Tabel 4.19.	68
Tabel 4.20.	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	8
Gambar 2.2	10
Gambar 2.3	45
Gambar 4.1	55
Gambar 4.2	57
Gambar 4.3	66

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	90
Lampiran 2: Deskripsi Variabel	94
Lampiran 3: Validitas dan Reliabilitas Konstruk	94
Lampiran 4: Fornell Larcker Criterion	95
Lampiran 5: Path Coefficient	95
Lampiran 6: Specific Indirect Effect	95
Lampiran 7: R-Square	96
Lampiran 8: Predictive Relevance	96

